



Greta Myntti

HOTELLIN INFOKANSION LUOTETTAVUUS JA TULEVAISUUS ASIAKKAAN NÄKÖKULMASTA

Case Hotel Fenno

Liiketalous ja Matkailu

2011

VAASAN AMMATTIKORKEAKOULU
Matkailun koulutusohjelma

TIIVISTELMÄ

Tekijä	Greta Myntti
Opinnäytetyön nimi	Hotellin infokansion luotettavuus ja tulevaisuus asiakkaan näkökulmasta –Case Hotel Fenno
Vuosi	2011
Kieli	suomi
Sivumäärä	28 + 5 liitettä
Ohjaaja	Mikael Alaviitala

Sain toimeksiantona valmistaa infokansion Hotel Fennoon. Infokansiosta löytyy tietoja hotellin palveluista sekä Vaasan nähtävyyksistä, ravintoloista, aktiviteeteista, julkisista palveluista, kulttuuripalveluista ja muista Hotel Fennon asiakassegmenttejä kiinnostavista asioista. Infokansion tiedon tulisi olla selkeää ja loogista. Materiaalin kansiota varten löysin internetistä Vaasan matkailusivuilta ja Hotel Fennon omilta internetsivuilta.

Empiirisessä osuudessa tutkin pääosin värien merkitystä, viestintää ja tiedon luotettavuutta. Tutkimusosuudessa selvitän, ovatko hotellien infokansiot kirjallisessa muodossa historiaa. Hotel Fenno on pieni yksityinen hotelli, joten painotyö on ainoa tapa tehdä infokansio, modernit touch screen -laitteet eivät tule siis kyseeseen. Opinnäytetyöni budjetti oli myös vaatimaton, joten tähän vaihtoehtoon ei olisi ollut resursseja.

Kansion valmistumisen ja teoriaosuuden jälkeen tein kvalitatiivisen tutkimuksen uuden ja vanhan, jo olemassa olevan, hotellikansion eroavaisuuksista. Lopuksi tein tutkimusanalyysin ja kehitysehdotukset, mikäli kansiota haluttaisiin vielä muokata.

VAASAN AMMATTIKORKEAKOULU
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
Matkailun koulutusohjelma

ABSTRACT

Author	Greta Myntti
Title	Reliability and Future of Hotel Information File –Case Hotel Fenno
Year	2011
Language	Finnish
Pages	28 + 5 Appendices
Name of Supervisor	Mikael Alaviitala

The purpose of this final paper was to create a hotel information file for Hotel Fenno. Information file contains information about Hotel Fenno and hotel services, Vaasa information, activities, sights and events. File information should be clear and logical. The Material used in this hotel file was gathered from the Internet, from Tourist Information Vaasa and from Hotel Fenno.

The theory part concentrates on reliability of information, the meaning of colours and communications. In research part I concentrated on the future of hotel information files. My goal was to find out is the printed version history and information should only be electrical in the future. Touch Screen –equipments are expensive and because my low budget it is impossible to accomplish.

After finishing file and writing theory I made a qualitative research and compared my file to old, existing file. After analysis I made improvement suggestions for hotel information file.

KEYWORDS

Information file, Hotel services, Tourism, Analysis

SISÄLLYS

NIMILEHTI

TIIVISTELMÄ

ABSTRACT

1 JOHDANTO.....	4
1.1 Työn tavoitteet.....	5
1.2 Toiminnallinen osuus.....	6
1.3 Kvalitatiivinen tutkimus.....	6
1.4 Hotel Fennon asiakassegmentit.....	8
2 HOTELLIN INFOKANSIO.....	9
2.1 Hotellikansio ja viestintäkeinot.....	9
2.2 Visuaalisen sanoman vastaanottaminen ja tiedon luotettavuus.....	10
2.3 Värit viestinnässä.....	12
2.4 Informatiivisen materiaalin esillepano.....	15
3 HAASTATTELU.....	16
3.1 Reliabiliteetti ja validiteetti.....	16
3.2 Tutkimustulosten analysointi.....	16
3.1.1 Taustatiedot.....	17
3.1.2 Käyttötarkoitus.....	18
3.1.3 Tiedon luotettavuus.....	22
4 JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA.....	25
5 LÄHTEET	
LIITTEET	

TAULUKKO- JA KUVIOLUETTELO

Kuvio 1.	Vastanneiden ikä- ja sukupuolijakauma.	s. 17
Kuvio 2.	Harrastukset ja vapaa-aika.	s. 18
Taulukko 1.	Ensivaikutelma kansioiden välisistä eroista.	s. 19
Taulukko 2.	Haastateltavien käyttökokemukset tulostetuista hotellikansioista Suomessa ja ulkomailla.	s. 21
Taulukko 3.	Haastateltavien kehitysehdotukset.	s. 22

LIITTEET

LIITE 1. Hotellikansio

LIITE 2. Haastattelukysymykset

1 JOHDANTO

Työpaikkani Hotel Fenno antoi minulle toimeksiantona opinnäytetyöaiheen. Aloin valmistella aihetta marraskuussa 2010 ja tavoitteena on palauttaa työ syksyllä 2011. Opinnäytetyöni aiheena oli valmistaa mahdollisimman hyvin asiakkaiden tarpeita palveleva hotellikansio. Päätin rajata tutkimustyöni tukemaan tietoisesti vain asiakkaiden tarpeita, sillä se oli toimeksiantajan ensisijainen toive. Asiakkaan tulisi löytää tietoa Hotel Fennosta, Vaasasta, ravintoloista, ostospaikoista, nähtävyyksistä sekä muutamien suosituimpien käyntikohteiden aukioloaikoja. Tiedot tulisi löytää helposti ja vaivattomasti jonottamatta vastaanottoon. Opinnäytetyön tarkoituksena on vastata kysymyksiin koskien kirjallisten kansioden tulevaisuutta ja kansion ulkonäköä koskevia seikkoja, kuten onko ulkonäön merkitys suurempi kuin sisällön ja korvaako laatu määrän. Tutkimuksesta on hyötyä myös muille hotelleille.

Teoriaosuuteni perustuukin pääosin viestintään, värien vaikutukseen ja tiedon luotettavuuteen. Empiirisessä osuudessa haastattelujen avulla selvitin, millainen hotellikansio on kaikkein mieluisin ja loogisin asiakkaiden mielestä. Samalla tehtäväni oli selvittää, luottavatko asiakkaat kansion tietoihin. Haastatteluihin osallistui kymmenen henkilöä. He saivat tehtäväksi verrata tekemääni kansiota jo olemassa olevaan Vaasa-kansioon. Vaasa-kansion ovat Vaasan Ammattiopistosta vuonna 2003 valmistuneet vastaanottovirkailijat tehneet päättötyökseen. Siitä löytyy laajasti tietoa Vaasan hotelleista sekä Vaasan nähtävyyksistä ja palveluista.

Hotel Fenno on toiminut 1970-luvulta lähtien. Se on kuulunut aikaisemmin Restel -ketjuun ja Good Morning Hotels -ketjuun. Tällä hetkellä Vaasan Vaskiluodossa sijaitseva kolmen tähden hotelli on yksityisomistuksessa. Se sijaitsee lähellä huvipuisto Wasalandiaa sekä vesipuisto Tropiclandiaa. Samalla Vaskiluodon saarella on myös Vaasan satama, mistä on edelleen laivayhteys Ruotsiin. Hotel Fenno sijaitsee 2,5 kilometrin päässä Vaasan torilta. Hotellin tiloissa toimii myös Hostel Vaasa ja välittömässä läheisyydessä on myös valaistu pururata. Hotel

Fennon asiakassegmentit kesällä ovat perheet ja lomamatkailijat. Kesäsesongin ulkopuolella yksityisen hotellin asiakkaina ovat työmiehet ja liikematkailijat.

Hotellin infokansioon kokosin tietoja Hotel Fennosta, sen palveluista ja ympäristöstä sekä välimatkoista tärkeimpiin kohteisiin Vaasassa. Tekemästäni kansiota löytyy myös tietoja palveluista ja nähtävyyksistä. Ideana oli tehdä mahdollisimman selkeä ja houkutteleva kansio eli visuaalinen viestintä oli erityisen tärkeää.

Opinnäytetyön loppupuolelta löytyvät johtopäätökset analysoituina sekä kehitysehdotukset hotellikansiota varten.

1.1 Työn tavoitteet

Opinnäytetyön tavoitteena oli tehdä helppokäyttöinen, informatiivinen ja ajan tasalla oleva hotellin infokansio toimeksiantajalleni Hotel Fennolle. Tavoitteenani oli selvittää viestinnän teorioihin vedoten asiakkaille vetoavin kansion tyyli. Siihen liittyvät värit, loogisuus ja yleiskuva. Yhtenä tavoitteena oli selvittää asiakkaiden mielipiteet tiedon luotettavuudesta ja ajan tasalla olevasta tiedosta. Hotellikansioiden eli hotellin infokansioiden tehtävänä oli auttaa asiakasta tietojen etsimisessä. Kansiota löytyy osoitteita, puhelinnumeroita sekä aukioloaikoja ja hintoja. Tavoitteena oli tehdä siitä niin selkeä, että asiakas saa tarkastettua askarruttavan asian kansiota ilman vastaanottoon jonottamista. Varsinkin kesällä vastaanoton jonot ovat hyvin pitkiä ja hyvin valmistetun ja sijoitetun infokansion tavoitteena on vähentää vastaanoton ruuhkia.

Saatuani kansion valmiiksi, aloitin empiirisen vaiheen kirjoittamalla teorian ja tutustuin erilaisiin visuaalisen viestinnän periaatteisiin ja tavoitteisiin. Tämän jälkeen haastattelin kymmentä henkilöä, joiden tehtävänä oli verrata tekemääni hotellikansiota olemassa olevaan Vaasa –kansioon vuodelta 2003. Haastattelut analysoituani, tein vielä lopuksi parannusehdotukset valmistamaani

hotellikansioon, jotta se tulisi palvelemaan asiakkaita mahdollisimman hyvin ja helposti.

1.2 Toiminnallinen osuus

Toiminnallinen opinnäytetyö tukee työelämän kehittämistä. Se voi olla kirja, cd-rom, näyttely tai muu tuotos. Toiminnallisen opinnäytetyön täytyy kuitenkin tukea työelämää esimerkiksi sitä kehittämällä, järjeistämällä tai ohjaamalla. Toiminnallisen osuuden lisäksi työstä pitää löytyä teoriaosuus (Virtuaaliammattikorkeakoulu 2011).

Toimeksiantoni jakautuu sekä toiminnalliseen osuuteen että tutkimustyöhön. Toiminnallisena osuutena toimii infokansion rakentaminen. Infokansioon tulee etsiä ajan tasalla olevat tiedot sekä hotellista että Vaasan alueen nähtävyyksistä ja kohteista. Toiminnalliseen osuuteen kuuluu myösansion kokoaminen visuaalisesti mahdollisimman houkuttelevaksi.ansion rakentamisessa haasteellista on saada siitä sekä mahdollisimman houkutteleva että informatiivinen. Sitä rakentaessa täytyy myös etsiä uusin päivitetty tieto, jotta se olisi myös mahdollisimman luotettava. Tarkoitus on tehdä ansiosta myös helposti päivitettävä.

1.3 Kvalitatiivinen tutkimus

Tutkimukset jaetaan kahteen eri tyyppiin; kvantitatiivisiin ja kvalitatiivisiin. Kvantitatiivinen on määrällinen eli tutkimusaineisto on esitetty numeroin. Sitä käytetään, kun kartoitetaan suurta ihmismäärää, joten kun kyseessä on pieni hotelli, se ei täytä tarvittavia kriteerejä. Kvantitatiivisessa haastattelussa käytetään yleensä satunnaisotantaa ja opinnäytetyössäni teen haastattelut valitsemilleni henkilöille pohjautuen Hotel Fennon asiakassegmentteihin. Merkittävä ero näiden kahden menetelmän välillä on myös se, että kvantitatiivisella menetelmällä ei saa selvitelle luonnollisia tilanteita, joita ei voida järjestää kokeeksi tai joissa ei voida kontrolloida kaikkia vaikuttavia tekijöitä eli ilmeitä, eleitä sekä äänenpainoa.

(Metsämuuronen 2000 14) Opinnäytetyöni haastatteluosuudessa sanaton viestintä on erityisen tärkeää, siksi siis valitsin kvalitatiivisen tutkimuksen. Kvalitatiivisen eli laadullisen tutkimuksen aineisto on joko verbaalista tai visuaalista. (Uusitalo 1991, 79) Kvalitatiivisen tutkimuksen tulokset voidaan kuitenkin analysoida laskemisella. Tavallisesti laskeminen analyysimuotona liitetään vain kvantitatiiviseen tutkimusmenetelmään, mutta se on samalla yksinkertainen tapa analysoida kvalitatiivista tutkimusta. (Hirsjärvi&Hurme 2000,172)

Tutkimustyö on opinnäytetyö, jonka tieto on kerätty kyselyiden tai haastattelujen avulla (Virtuaaliammattikorkeakoulu 2011). Metsämuuronen Laadullisen tutkimuksen perusteet-teoksessa kerrotaan, milloin haastattelu on sopiva tutkimusmetodi. Haastattelu sopii siis tutkimustyöni metodiksi, koska asiakkailla ei välttämättä ole muuten korkeaa vastausmotivaatiota ja vastaukset ovat luotettavimpia, kun pystytään samalla tarkkailemaan ilmeitä ja eleitä. Haastattelumetodilla saadaan mahdollisesti kuvaavia esimerkkejä kansioden sisältöön liittyen. Samalla edetään loogisesti, sillä haastateltava ei voi hyppiä aiheesta toiseen vaan eteneminen tapahtuu haastattelijan mukaan. (Metsämuuronen 2000, 40) Tällä tavalla haastatteluun kuluva aika saadaan pysymään pienempänä ja yhtenäisempänä.

Haastattelutavat ovat joko struktuurisia, puolistruktuurisia tai avoimia haastatteluja. Tutkimukseeni sopii parhaiten puolistrukturoitu haastattelu eli teemahaastattelu. Sen pääperiaatteena on se, että haastattelijan ei tarvitse käyttää tarkkaa kysymysmuotoa tai järjestystä. Teemahaastattelulla saadaan selville mm. arvostuksia, ihanteita sekä perusteluja. (Metsämuuronen 2000, 43) Nämä täyttävät tutkimukseni kriteerit.

Opinnäytetyöni tärkein metodi on siis tutkimustyö. Haastattelut analysoidaan ja tehdään kehitysehdotukset hotellikansion sisältöön. Haastatteluissa verrataan tekemääni kansiota jo olemassa olevaan Vaasa-kansioon. Keskustelukysymykset jaettiin kolmeen eri ryhmään: ensimmäisenä perustiedot, toisena kansion käyttötarkoitukseen liittyvät kysymykset ja kolmantena tiedon luotettavuuteen

liittyvät kysymykset. Haastatteluihin osallistuu kymmenen henkilöä. Haasteellista on asettaa kysymykset oikeaan muotoon, jotta en johdattelisi keskustelijoita vastaamaan toivomallani tavalla.

1.4 Hotel Fennon asiakassegmentit

Segmentoinnilla tarkoitetaan asiakaskunnan tai markkinoinnin ryhmittelyä samankaltaisiin, toisista erottuviin ryhmiin. Segmentoinnin pohjalta yritys valitsee mielenkiintoisimmat tai realistisimmat kohderyhmät, joihin markkinointiviestintä kohdennetaan. (Puustinen, Rouhiainen 2007, 171) Segmentointi on markkinoinnin yksi tärkeimmistä asioista. Sen pohjalta valmistetaan toimiva markkinointiohjelma (Email Factory 2011).

Segmentointi on tärkeä tehdä siksi, että saadaan koottua mahdollisimman hyvin asiakkaiden tarpeita palveleva infokansio. Kansion tavoitteena on selkeys ja helppous, joten tietoa tulee olla rajoitetusti, mutta sen tulee palvella juuri Hotel Fennon asiakassegmenttejä.

Haastatteluihin valitsin asiakassegmentteihin sopivia henkilöitä. Kesäsesongin aikaan Hotel Fennossa yöpyvät lomailijat ja lapsiperheet. Muuna aikana asiakkaat ovat pääosin kaupparatsuja ja työmiehiä. Suurin osa asiakkaista on suomenkielisiä ja varsinkin kaupparatsut sekä työmiehet saapuvat Fennoon useamman kuin kerran. Hotellikansion avulla tulee tavoittaa suurin osa hotellin asiakassegmentistä. Tämä tarkoittaa, että kansio on koottava niin, että se on Hotel Fennon segmenteille helposti luettava ja siitä on löydyttävä segmenttejä kiinnostavaa tietoa (Hollanti & Koski 2007,37).

2 HOTELLIN INFOKANSIO

Hotellin infokansiot ovat erityisen suosittuja ulkomailla. Lähes jokaisesta valmismatkatoimistojen suosimasta hotellista löytyy sellainen hotellin aulasta. Siihen on koottu tietoa muun muassa hotellista ja sen ympäristöstä, aukioloajoista, kaupoista, nähtävyyksistä sekä retkistä. Kansiota on mukava selata esimerkiksi odotellessa ja siitä löytyy hyödyllisiä puhelinnumeroita. Suomessa hotellikansioita löytyy vähemmän. Hotellikansio on erinomainen pienelle hotellille, mutta myös isommalle ketjulle sitä voi hyödyntää. Matkanjärjestäjä Tjäreborg käyttää Kreetan oppaassaan hotellikansiota yhtenä palvelunaan. (Tjäreborgin Kreetan opas 2009)

2.1 Hotellikansio ja viestintäkeinot

Hotellikansio on osa palvelupakettia ja se koostuu konkreettisista sekä aineettomista palveluista, joista muodostuu kokonaistuote. Hotellipalveluissa infokansio on yksi lisäpalveluista ja majoitus on ydinpalvelu (Grönroos 1998, 117). On erityisen tärkeää nähdä infokansio osana hotellin palveluita.

Viestintäprosessi on kaikki se, mitä tapahtuu viestinnän lähettämisen ja sen tulkinnan välillä. Peruselementtejä viestinnässä ovat lähettäjä, vastaanottaja, sanoma, kanava ja vaikutus. Sanoman lähettäjä koodaa sanoman vastaanottajalle ja se miten vastaanottaja tulkitsee koodin määrittää viestinnän tuloksen. Vastaanottajan ollessa motivoitunut on koodi helpompi saada perille. Mikäli vastaanottaja on passiivinen, koodaus täytyy olla huomattavampaa ja ärsyttävämpää. (Vuokko 2003, 29-31) On siis tärkeää herättää huomiota väreillä ja erilaisilla ärsykkeillä, jotta vastaanottajan mielenkiinto kansiota kohtaan herää. Kansion tulee myös siistin näköinen. Parhaimmillaan hotellikansio helpottaa

vastaanottovirkailijan työtä. Tämä edellyttää, että kansio on helposti löydettävissä sekä helppolukuinen. Kansion tulee herättää asiakkaan mielenkiinto ja luottamus eli kansio tulee olla päivitetty.

Hotellin infokansio on hyvin lähellä joukkoviestintää. Joukkoviestinnän periaate on, että viestintä kulkee tiedotusvälineiden kautta. Tekemäni infokansio poikkeaa tästä, mutta muuten teoria sopii hyvin tämän tyyppisiin informatiivisiin töihin. Joukkoviestinnällä tarkoitetaan jokaista viestintämuotoa, jossa sanoma välitetään rajaamattomalle yleisölle teknisin välinein. Joukkoviestintä on myös yksisuuntaista eli lähettäjän ja vastaanottajan välillä ei tapahdu vaihtoa. Lähettäjä ei saa palautetta eli infokansio on osana joukkoviestintää ja siitä ei saada suoraa palautetta lainkaan. (Wiio 1989, 176)

Infokansion ollessa joukkoviestinnän välineenä, se helpottaa suuresti vastaanoton työntekijöitä. Tavoitteena on, että informaatio löytyy kansioista helposti ja nopeasti. Asiakkaiden ei tarvitsisi jonottaa vastaanottoon saadakseen selville esim. huvipuisto Wasalandian aukioloaikoja tai lähimmän apteekin sijaintia.

Hotellikansiot ovat myös osana markkinointiviestintää. Markkinointiviestinnässä tärkeää on suhdetoiminta. Suhdetoiminta hotellikansiossa on yhteistyö hotellin ja kansioista löytyvien yritysten ja palveluntarjoajien välillä. Muita markkinointiviestinnän muotoja ovat mainonta, myyinnedistäminen ja henkilökohtainen myyntityö (Puustinen & Rouhiainen 2007, 230). Markkinointiviestinnällä voidaan kertoa tavoitellulle kohderyhmälle tietoa, jotta saadaan aikaiseksi ostopäätöksiä (Siukosaari 1999, 15). Tämä hyödyttää hotellikansioista löytyviä paikallisia yrityksiä ja palveluntarjoajia.

2.2 Visuaalisen sanoman vastaanottaminen sekä tiedon luotettavuus

Aistit keräävät ihmisten aivoissa erilaisia ärsykeitä, joista muodostuvat aistihavainnot. Niitä ovat äänet, värit ja vastakohtia ilmaisevat merkit. Hahmotuksen syntymisessä siihen vaikuttavat ryhmittäminen, kuvion erottuminen taustasta, täydentyminen, jatkuva kuvio sekä yhteinen liike. (Wiio 1989, 37)

Ihminen havainnoi ja hahmottaa asiat ilman tarkempaa tutkimista. Tärkeää tässä hahmottamisessa on selkeiden värien ja kontrastien käyttö. Epäonnistunut värien ja kontrastien käyttö tekee hotellikansioista turhan, sillä silloin siihen ei jakseta keskittyä eikä tarvittava tieto ole helposti saatavilla.

Viestintä on lähes poikkeuksetta tunteisiin vetoavaa eli ihminen alkaa tuntea iloa, surua, kiukkua, odotusta, mieluisuuden tunnetta tai muuta tunnetta kun aivot ovat vastaanottaneet sanoman. Tunteet saattavat myös estää viestin pääsemisen perille. (Wiio 1989, 114) Hyvä hotellikansio auttaa asiakasta valitsemaan tietyn ravintolan tai nähtävyyden sen sisältämän tiedon avulla. Tiedon lisäksi sen tulee herättää asiakkaan mielenkiinto niin, että asiakas haluaa sinne.

Mikäli hotellikansion ulkoasu ei ole mielenkiintoinen, se saattaa estää informaation kulun vastaanottajalle. Vastaanottajaa ei kiinnosta tieto, siksi visuaalinen viestintä onkin avainasemassa rakennettaessa hotellikansiota. Mielenkiintoisuuteen vaikuttavia tekijöitä ovat pitkien lauseiden ylikuormittavuus, kielen laatu sekä painoasusta johtuva luettavuus. On todettu, että enimmillään 15-20 sanaa sisältävien lauseiden sisältö menee parhaiten perille. (Wiio 1989, 138) Tämänkin vuoksi halusin tarkoituksella kansioista pelkistetyn. Kielen laadulla tarkoitetaan helpon ja vaikean kielen eroja. Helpossa kielessä käytetään lyhyitä ja tavallisia sanoja, vähän adjektiiveja sekä adverbeja ja lauseiden tulee olla myös lyhyitä. Painoasu vaikuttaa suuresti lukemisen helppouteen; mitä kirjasinta käytetty, palstan leveys, kuvien ja taulukoiden sijoittelu ja kirjaimien koko. (Wiio 1989, 140)

Tämä todistaa, että kansion visuaalinen ilme on erittäin suuressa asemassa. Se on kenties jopa tärkeämpää kuin informatiivinen sisältö. Kansio jääkin asiakkailta lukematta, mikäli se ei visuaalisesti herätä asiakkaassa halua tutustua kansion sisältöön.

Hotellin infokansion tieto on muovikantisessa kansiossa, papereille tulostettuna. Tiedon tulisi olla ajan tasalla olevaa, jotta siihen voidaan luottaa. Päivityksistä

tulee siis huolehtia säännöllisin väliajoin, mielellään vähintään kaksi kertaa vuodessa. Haastatteluista tulee poimia asiakkaiden mielipiteet tiedon luotettavuudesta. Haastattelujen pohjalta haluan myös selvittää ovatko nämä kirjalliset hotellikansiot historiaa. Samalla saadaan selville, miten ihminen reagoi kun lukee vanhaa tietoa, keneen mahdollinen viha kohdistuu ja miten päivittämättömään tietoon yleensäkin suhtaudutaan. Ylen internetsivustolla kerrotaan ihmisen mediatajasta eli siitä miten ihmisen tulisi osata arvioida mikä on totta ja mikä tarua. Tiedon luotettavuuteen vaikuttaa myös kuka tiedon kertoo ja mistä tieto on peräisin. (Yle 2011)

Hotellinkansioissa ei ole tapana laittaa tietoja viimeisistä päivityksistä, lähteistä tai tekijästä. Tämä lisäisi tiedon luotettavuutta kuitenkin merkittävästi. Toimivan ja hyvän hotellikansion eräs kriteeri on päivityksen helppous. Haittapuolena on se, että päivitykset vievät paljon aikaa ja resursseja. Tämä lisää kustannuksia. Tämä lisäisi kuitenkin lähdekriittisten lukijoiden luottamusta. Lähdekriittisyyden periaatteena on hankkia tietoa useammasta eri lähteestä ja vertailla niitä toisiinsa, pyritään alkuperäisimpään lähteeseen sekä tutkitaan milloin ja miten tieto on luotettu. Tutkimusosuudessa haluan selvittää asiakassegmenttiin kuuluvilta henkilöiltä, lisäävätkö päivämäärät tekemäni kansion luotettavuutta merkittävästi ja tulisiko jatkossa siinä ilmoittaa viimeisin päivityspäivämäärä. (Edu 2011)

2.3 Värit viestinnässä

Oikeiden värien valitseminen hotellikansioon vaati laajempaa tutkimusta. Ensimmäisenä mieleeni tulee Trivial Pursuit-pelin värijaot: Maantiede-sininen, Viihde-pinkki, Historia-keltainen, Kirjallisuus-ruskea, Luonto-vihreä sekä Urheilu-oranssi. Tämä olisi ollut yksi tapaa jakaa hotellin infokansion sisältö eri väreihin. En kuitenkaan vakuuttunut tästä enkä siitä, että olisi käyttänyt vain Hotel Fennon omaa väriä eli kirkkaan punaista.

Värien voimakkuudet ovat eriarvoisia. Mikäli halutaan tehdä keltaisesta ja violetista yhtä voimakkaita, joudutaan violettia laittamaan suhteessa kolmenkertaisesti verrattuna keltaiseen. Näin niistä saadaan yhtä voimakkaat

pinnat. Goethen väriopin mukainen väriasteikko (värit voimakkaimmasta heikoimpaan):

<i>Keltainen</i>	9
<i>Oranssi</i>	8
<i>Punainen</i>	6
<i>Vihreä</i>	6
<i>Sininen</i>	4
<i>Violetti</i>	3

Värien tarkastelussa on otettava huomioon myös kontrastit. Paras yhdistelmä on käyttää valkoista tai keltaista taustaa mustan tekstin kanssa. Toiseksi paras vaihtoehto on käyttää mustaa taustaa ja kirkasta tekstiä. (Hatva 1998, 46)

On kuitenkin huomioitava, että paras vaihtoehto käyttää mahdollisimman paljon perusvärejä, sillä mitä enemmän käytetään ns. pilkottuja värejä, sitä huonommin värisokeat niitä ymmärtävät. Toinen huomioitava seikka on, että mitä tärkeämpi asia on, sitä tärkeämpää värien yhdistely ja oikea käyttö on. Värien huonolla suunnittelulla ja toteutuksella saatetaan tuhota koko tehostettava asia. Värien oikea käyttö on yllättävän tärkeää, kun halutaan tehostaa asioiden sisäistämistä ja havainnollistamista.

Värit luovat erilaisia miellelyhtymiä. Mitä vanhemmaksi ihminen tulee, sitä valoarvoltaan heikommista väreistä hän pitää. Näitä värejä ovat siis esimerkiksi sininen ja violetti. Ne alkavat miellyttää silmää eniten. Samalla tavalla erilaiset ihmistyypit mieltävät värit eri tavalla. Ulospäin suuntautuneet eli ekstrovertit ihmiset suosivat punaista ja keltaista. Punainen on aktiivinen, aggressiivinen ja antaa lämpimän vaikutelman. Sisäänpäin kääntyneet eli introvertit taas suosivat sinistä ja vihreää. Nämä värit mielletään passiivisiksi ja kylmiksi. (Hatva 1998, 47) Värien luomista miellelyhtymistä on erilaisia tulkintoja sekä määrittelyjä, yleensä vaaleansininen yhdistetään taivaaseen, vihreä metsiin, keltainen aurinkoon ja punainen tuleen. Länsimaisissa kulttuureissa värit mielletään kahdella eri tavalla. (Hatva 1998, 50)

<i>Keltainen</i>	= <i>kirkas, valovoimainen, aurinko</i>
<i>Oranssi</i>	= <i>lämmittävä väri</i>
<i>Punainen</i>	= <i>kiihottava, ärsyttävä</i>
<i>Purppura</i>	= <i>arvoituksellinen</i>
<i>Violetti</i>	= <i>mystinen</i>
<i>Sininen</i>	= <i>passiivinen</i>
<i>Turkoosi</i>	= <i>etäinen</i>
<i>Vihreä</i>	= <i>rauhoittava</i>
<i>Sinivioletti</i>	= <i>vakava</i>
<i>Ruskea</i>	= <i>neutraali</i>
<i>Valkoinen</i>	= <i>kylmä</i>
<i>Musta</i>	= <i>tuska, suru, pimeys</i>
<i>Harmaa</i>	= <i>arkinen, välinpitämätön, kylmäkiskoinen</i>

tai

<i>Ruskea</i>	= <i>maa, maaperä</i>
<i>Vihreä</i>	= <i>luonnon dominoivin väri, rauhoittava, neutraali</i>
<i>Sininen</i>	= <i>kylmä, passiivinen, etäinen, uneksiva</i>
<i>Valkoinen</i>	= <i>onnellinen, kevyt, viaton</i>
<i>Musta</i>	= <i>vakavuus, voima, kuolema, epätoivo</i>
<i>Punainen</i>	= <i>aggressiivisin, kuumen, varoitusväri</i>
<i>Keltainen</i>	= <i>kevät, lämpö, auringonpaiste</i>

Värejä tutkiessani päädyin käyttämään hotellikansiossa mustaa tekstiä värillisellä paperilla. Kansiossa käyttämäni tulostepaperin värit asiasisällön mukaan:

Tervetulotoivotus

Sijainti ja etäisyydet

Vaasa Pähkinänkuoressa

Kulttuuri (elokuvat, teatterit, museot, kirkot)

Urheilu ja vapaa-aika

Ostokset

Yökerhot ja Ravintolat

Liikkuminen Vaasassa

Riemuloma

Tervetulotoivotuksessa halusin käyttää keltaista paperia, sillä se tuo huomion sekä se on ilon väri. Sijainti ja etäisyydet sekä Vaasa Pähkinäkuoressa ovat oranssilla, koska ne ovat myös tärkeitä asioita ja oranssi on myös positiivinen väri. Kulttuurin, urheilun ja vapaa-ajan väriksi valitsin vihreän sillä se on luonnon väri. Ostokset ovat sinisellä paperilla sen vuoksi, että ne herättävät vähiten tunteita ja sininen on passiivinen väri. Yökerhot ja ravintolat ovat punaisella, koska punainen on lämmin, kutsuva ja houkutteleva väri, mikä sopi mielestäni parhaiten juuri yökerhoille ja ravintoloille. Kansion lopusta valkoiselle paperille tulostettuna ”Liikkuminen Vaasassa” - sekä ”Riemuloma”, sillä ne ovat useimmiten päivitettävissä. Päivittäjän onkin helpompi tulostaa ne valkoiselle paperille.

2.4 Informatiivisen materiaalin esillepano

Esillepano vaikuttaa materiaalin huomioimiseen, itsepalvelun yleistyminen on korostanut sisämainonnan merkitystä ja esitemateriaalin helppo saatavuus ovat kaikki seikkoja, jotka ovat informatiivisen materiaalin esillepanossa erityisen tärkeitä. Oleellista esillepanossa on myös hyvien värien ja valaistuksen käyttö, näkyvyys, puoleensavetävyys ja materiaalin selkeys. (Lahtinen, Isoviita & Hytönen 1991, 164) Tällä hetkellä vanha kansio sijaitsee vastaanoton palvelutiskillä, mutta ei ulko-oven lähellä vaan hieman nurkassa. Sijainti on huono, sillä sitä on vaikea sieltä huomioda. Parempi sijainti olisi pääsisäänkäyntiä vastapäätä olevan sohvaryhmän pöydällä, siitä se olisi heti nähtävillä ja ohikulkijoidenkin havaittavissa.

3 HAASTATTELU

3.1 Reliabiliteetti ja validiteetti

Tutkimusmetodina on käytetty kvalitatiivista puolistrukturoitua haastattelua. Tutkimustuloksista tulee arvioida niiden validiteetti ja reliabiliteetti. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa validiteetti mittaa tutkimuksen pätevyyttä ja tutkimusaineistosta nousevien käsitteiden välinen suhde on oltava looginen samoin kuin teoreettisten johtopäätösten ja empiirisen aineiston välinen suhde. Reliabiliteetti tutkii aineiston luotettavuutta eli aineiston käsittelyn ja aineiston luotettavuutta. Tutkimuksen reliabiliteettia voidaan arvioida vertaamalla tuloksia. Mikäli vastauksista löytyy hyvin poikkeava vastaus muihin vastauksiin nähden, reliabiliteetti on alhainen. Tutkimustulosten tulisi siis olla teoriaa mukailevia. Alhainen reliabiliteetti tarkoittaa useimmiten myös alhaista validiteettia. (Leskinen 1995,15) Haastattelututkimukseni tuloksien vastaukset ovat samankaltaisia, joten arvioin reliabiliteetin olevan korkea. Yksikään vastaus ei poikennut silmiinpistävän eriävästi.

Haastatteluihin on valittu Hotel Fennon asiakassegmentteihin kuuluvia henkilöitä. Valitsin haastateltavien määräksi kymmenen, koska yksi haastattelu vei aikaa keskimäärin 20 minuuttia ja pienessä hotellissa on vaikea saada asiakkaita haastateltavaksi asiakkaiden määrän vuoksi. Haastattelut suoritin syksyllä sesongin ollessa loppuillaan. Haastateltavat saivat ensin tarkastella tekemääni Hotel Fennon infokansiota sekä Vaasa-kansiota minuutin verran. Sen perusteella haastateltavan tuli kertoa ensivaikutelmasta. Sen jälkeen haastateltava sai

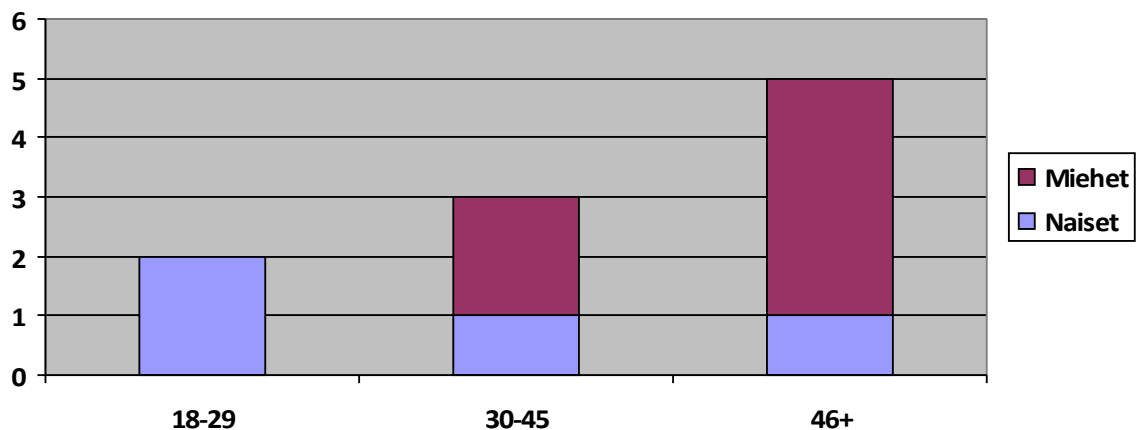
tarkastella kansioita koko haastattelujen ajan tarkempia mielipiteiden muodostamista varten.

3.2 Tutkimustulosten analysointi

Valitsin haastatteluni analyysitavaksi laskemisen. Laskeminen mielletään yleensä kvantitatiivisen tutkimusmenetelmän analyysityypiksi, mutta se sopii varsin hyvin myös kvalitatiivisen tutkimuksen analysointiin. Se on yksinkertaisin analyysimuoto ja sopii haastatteluuni hyvin. Teeman tai säännönmukaisuuden tunnistaminen perustuu siihen miten jokin seikka ilmenee toistuvasti ja lukuisia kertoja. Laskeminen analyysitapana on usein käytetty ja sen tarkoitus on myös pienentää kvalitatiivisen ja kvantitatiivisen tutkimuksen suuria eroavaisuuksia. (Hirsjärvi&Hurme 2000, 172) Olen jakanut haastattelun kolmeen osaan, jota analysoidaan osioittain. Ensimmäinen osio on taustatiedot, toinen käyttötarkoitus ja kolmas tiedon luotettavuus.

3.2.1 Taustatiedot

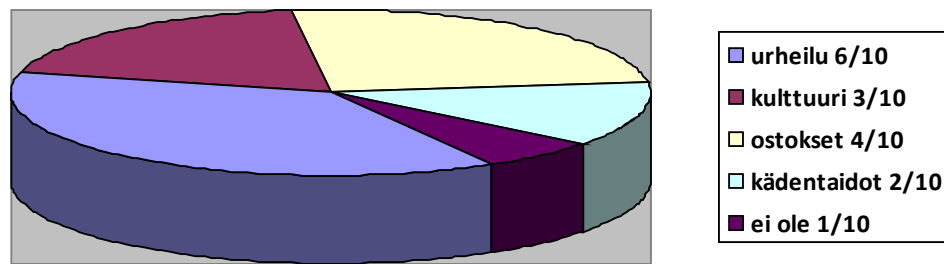
Vastanneiden *ikä- ja sukupuolijakauma* oli seuraava eli kaksi vastaajista oli 18-29-vuotiaita naisia, yksi vastanneista oli 30-45-vuotias nainen ja yksi vastanneista yli 46-vuotias nainen. Miehistä kaksi vastanneista oli 30-45-vuotiaita ja 4/10 vastanneista yli 46-vuotiaita miehiä.



Kuvio 1. Vastanneiden ikä- ja sukupuolijakauma.

Matkan tarkoitukseksi 3/10 vastanneista kertoi vapaa-ajan ja 7/10 vastanneista kertoi matkan tarkoituksesi työhön.

Kiinnostuksen kohteita mittasin kysymällä *harrastuksista* ja *vapaa-ajan* viettotavoista. Jaottelin kysymysosioissa vaihtoehtoiksi urheilun, kulttuurin, ostokset, kädentaidot sekä vaihtoehdon ”ei ole”. Yhdellä ei ole harrastuksia lainkaan ja kädentaidot olivat myös vähäisellä kannatuksella kahdella kannattajalla. Nainen (35) kertoi, että perhe vie kaiken ajan, eikä hänellä siksi ole aikaa harrastaa mitään. Kulttuuri kiinnosti 3/10 vastaajista ja ostokset 4/10 vastaajista. Urheilu oli ylivoimaisesti suosituin vapaa-ajan viettotapa 6/10 kannattajalla. Verrattaessa haastattelun tulosta tekemäni Hotel Fennon infokansion sisältöön on huomioitava se seikka, ettei kansiota löydy käsityön tai kädentöiden harrastajille mitään tietoa. Hotel Fennon asiakassegmentointi ja sen pohjalta infokansion rakentaminen on siis tältä osin onnistunut. Kulttuuri-, ostokset- ja urheiluasiat löytyvät kansiota. Urheiluasiota kannattaisi vielä muokata, sillä se oli haastatteluiden perusteella suosituin vapaa-ajan viettotapa. Kansioon tulee tämän tiedon perusteella lisätä Vaasasta löytyvät kuntosalit, uimahallit ym. liikuntapaikat.



Kuvio 2. Harrastukset ja vapaa-aika.

3.2.2 Käyttötarkoitus

Ensivaikutelma kansioista oli vastaajilla hyvin yhtenevä. Vaasa-kansio miellettiin vanhaksi ja kuluneeksi. Haastateltavat eivät halunneet edes avata Vaasa-kansiota, koska se oli sekava, aikansa elänyt ja ulkonäön perusteella tietokin miellettiin epäluotettavaksi. Tieto oli vaikea löytää ilman sivunumeroita ja tietoa oli osan mielestä liikaakin. Tekemäni Hotel Fennon infokansio miellettiin luotettavaksi jo pelkästään tuoreen ulkoasun takia. Hotel Fennon infokansiossa tietoa on suppeasti, mikä tekee siitä selkeän. Sisällysluettelo, väriteemat ja sivunumerot nopeuttavat ja helpottavat tiedon etsimistä. Kaikki haastateltavat pitivät enemmän tekemästani infokansiosta kuin vanhasta Vaasa-kansiosta sen ulkoasun, sisällön ja selkeyden takia. Mies (38) kertoi, ettei uskoisi Vaasa-kansiosta löytyvän tietoja kansio nimen vuoksi.

Ensivaikutelma kansioiden välisistä eroista

Taulukko 1

	Luotettavuus	Sisältö	Ulkoasu
Hotel Fennon infokansio (uusi)	10/10 mielsi tämän kansion luotettavammaksi jo pelkän	9/10 piti selkeämmästä ja suppeammasta sisällöstä	10/10 piti tätä kansiota selkeänä verrattuna vanhaan

	ulkoasun perusteella	enemmän	
Vaasa-kansio (vanha)		Yksi piti siitä, että tämä kansiota löytyy runsaasti tietoa	

Vanhassa Vaasa-kansiossa on runsaammin tietoa kuin tekemässäni kansiossa. Yksi päätarkoitus kansion tekemisessä oli saada se palvelemaan Hotel Fennon asiakassegmenttien tarpeita. Kysyttäessä millainen *informaatio* haastateltavia kiinnosti, 3/10 haastateltavista mainitsi haluavansa ennen kaikkea tietää hotellin palveluista. Samaten 3/10 kiinnosti Vaasan tarjoamat liikuntapalvelut. 4/10 haastateltavista kiinnosti ostokset ja Wasalandian sekä Tropiclandian aukioloajat. 6/10 halusi tietoja ravintoloista ja yökerhoista. Mies (47) olisi halunnut tietää strippiklubeista sekä kalapaikoista. Suurin osa asiakassegmentistä on miehiä etenkin talvisesonkina, joten uskonkin todellisuudessa strippiklubien sijainnin kiinnostavan useampia kuin haastattelun perusteella voisi olettaa.

Kysyessäni *kumpi kansio palvelee haastateltavia paremmin*, yksimielisenä vastauksena vastattiin kokoamani Hotel Fennon infokansio. Syyksi sanottiin se, että vanha kansio on niin sekava ja suttuinen, ettei siihen tee edes mieli tarttua. Nainen (35) mielsi kansion ulkoasun kertovan sen luotettavuudesta suoraan eli Vaasa- kansio oli hänen mielestään epäluotettava. Tieto löytyy vaikeammin ja vaikka sitä on runsaammin, sillä ei tunnu olevan vastaajiin minkäänlaista vaikutusta. Voidaan siis päätellä, että jo ulkonäön perusteella, valinta kiinnostavammasta, asiakasta paremmin palvelevasta kansiota pystytään tekemään.

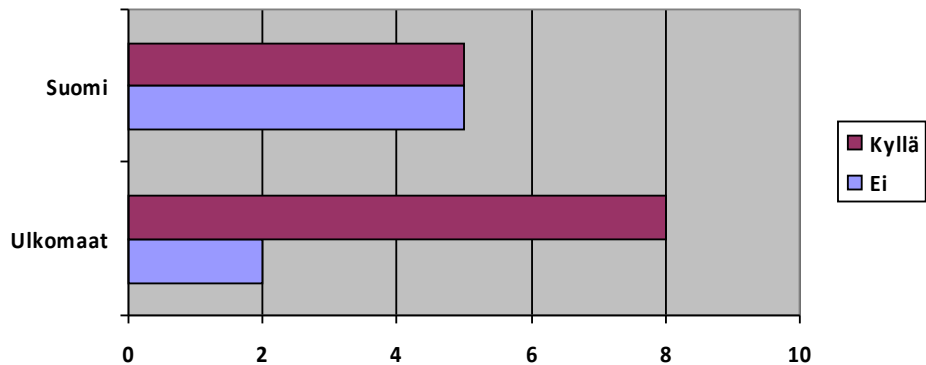
Halusin saada selville *kuinka moni pitää hotellikansiota vanhanaikaisena*. 7/10 vastaajasta on sitä mieltä, että kirjalliset infokansiot ovat aikansa eläneitä. Heidän mielestään informaatio pitäisi olla joko hotellin aulassa tai huoneissa tietokoneella/ televisiossa. Mies (38) kertoi hotellikansioiden olevan ulkomailla

edelleen ainut ja oikea vaihtoehto, mutta Suomessa niiden aika alkaa olla ohitse. Hänen mielestään ihmiset pystyvät etsimään itse tietokoneelta tai kännykästä tarvitsemansa tiedot. Olen samaa mieltä, sillä melkein kaikilla on hakupalvelut kännykässä ja siksi kirjallista tietoa ei välttämättä tarvita. Kuitenkin ulkomaalaisilla yöpyjillä yleensä tätä mahdollisuutta ei ole, joten siksi kansiot ovat edelleen hyvin tärkeitä. 3/10 vastaajasta pitää hotellikansioita edelleen korvaamattomina eikä halua käyttää tiedonhakuun elektronisia laitteita. Tämä pätee eritoten vanhempaan asiakaskuntaan. Kansion etuna on se, että sen päivittäminen ja ylläpitäminen on edullista eikä siihen tarvita koulutettua henkilöä vaan sen pitäisi onnistua kaikilta. Näin myös Hotel Fenon kaltaisilla pienillä hotelleilla on resurssit päivittää kansiota.

Yllättävää oli, että kaikki haastateltavat ovat käyttäneet hotellikansiota Suomessa tai ulkomailla. 8/10 oli käyttänyt kansiota ulkomailla ja 5/10 oli lukenut kansiota Suomen rajojen sisällä. Tämä kertoo sen, ettei kirjallisten infokansioiden aika ole vielä kokonaan ohitse. Haastateltavat puolsivat vastaustaan myös sillä, että kansiota on mukava selata ihan muuten vaan eli sieltä ei tarvitse välttämättä etsiä mitään vaan sitä voi lukea ihan ajan kuluksi. Kirjallisten hotellikansioiden hyvä puoli on se, että siihen ei vaikuta sähkökatkot tai muut ongelmat laitteiden kanssa. Elektroniset touch screen –laitteet tai tietokoneet ovat kalliita käyttökustannuksiltaan. Huollot ja käyttökatkot tulevat kalliiksi, joten myös tämä seikka puoltaa kirjallisia hotellin infokansioita etenkin pienten majoitusyritysten osalta.

Haastateltavien käyttökokemukset tulostetuista hotellikansioista Suomessa ja ulkomailla.

Taulukko 2



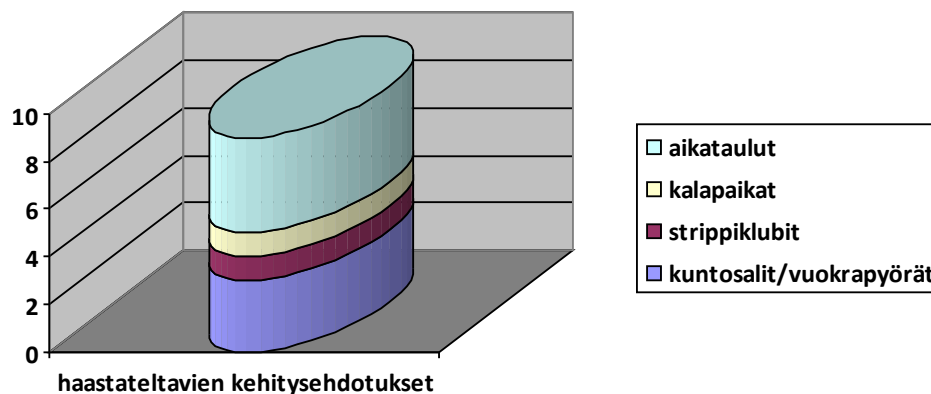
Kaikki haastateltavat olivat tyytyväisiä kokoamani hotellin infokansion värivalintoihin ja selkeyteen. Vastajat pitivät valintoja selkeinä ja loogisina. Kiitosta sai myös se, ettei värejä ollut käytetty liikaa. Haastateltavat olivat tyytyväisiä siihen, että sisällysluettelossa olevan alueen väri oli sama myös itse kansiossa eli se nopeutti tiedon löytämistä. Tämä tarkoittaa sitä, että sisällysluettelossa ostokset on sinisellä tekstillä ja kansioista ne löytyvät siniselle paperille printattuna. Tietokoneella ei ole mahdollista valita useita eri värejä taustaksi. Käyttämäni värit löytyvät kuitenkin empiirisestä osuudesta selityksineen. Haastateltavat kertoivat kokoamani kansion olevan selkeämpi eritoten siksi, että siinä ei ole liikaa tietoa ja tieto on loogisesti esillä. Myös sivunumerointi uudessa kansiossa sai hyvää palautetta. Positiivista oli huomata, että olen osannut tehdä entistä paremman ja käytännönläheisemmän kansion. Haastattelussa kävi ilmi, että uudesta Hotel Fennon infokansiosta tietoa on myös helpompaa etsiä ja etsimiseen menee vähemmän aikaa.

Halusin saada *kehitysehdotuksia* kansiota varten. Vastanneet listasivat kuntosalit, pyöränvuokrauspaikat, strippiklubit, kalapaikat, juna-, linja-auto- ja laivaliikenneaikataulut kiinnostaviksi asioiksi. Nämä ovat kaikki mahdollisia lisättäviä tietoja ja uskon näiden kiinnostavan useita Hotel Fennon asiakkaita.

Hyvänä puolena sanottakoon, että jos kansioon lisättäisiin edellä mainitut aikataulut, päivityksistä olisi huolehdittava pakostakin useammin. Samalla varmasti tarkastettaisiin muukin tieto.

Haastateltavien kehitysehdotukset ja niiden suosion jakautuminen

Taulukko 3



Hotellikansion infokansion *sijainniksi* 8/10 vastasi hotellin aulan näkyvimmän paikan ja kaksi halusi kansion sijaitsevan vain huoneessa. Nainen (37) kertoi liikkuvansa yleensä vastaanoton aukioloaikojen ulkopuolella hotelleissa, joten infokansio olisi hyödyllinen huoneessa. Ulkomaillahan hotellikansiot ovat yleensä vastaanotossa näkyvällä paikalla. Tällä hetkellä vanha kansio ei ole näkyvillä ja vastanneiden mielestä se tulisi siirtää niin, että se olisi helposti huomattavissa. Tässä tapauksessa se olisi vastaanottotiskin pääsisäänkäynnin puoleinen pääty. Mikäli kansio sijoitettaisiin oikein, se saisi enemmän kiinnostusta ja lukijoita. Vastaanottovirkailijoiden työ helpottuisi ja jonot etenkin sesonkiaikaan lyhentyisivät, mikä lisäisi itsessään hotellin asiakkaiden tyytyväisyyttä.

3.2.3 Tiedon luotettavuus

Kolmas osio eli tiedon luotettavuus kiinnosti minua eniten, sillä tämä vaikuttaa suuresti myös hotellikansioiden tulevaisuudennäkymiin. Ensimmäisenä haastateltavilta utelin *hotellikansioiden luotettavuudesta*. Tulokset yllättivät minut täysin. 7/10 luotti kirjallisiin hotellikansioihin edelleen eli vain 3/10 piti sähköistä

versiota luotettavampana. Mies (46) kertoi olevansa neuvoton tietokoneiden kanssa ja siksi puoltaa paperiversiota. Vastaajat olivat sitä mieltä, että mikään tieto ei päivity automaattisesti ja ei ole väliä pitääkö se siis päivittää ja tulostaa vai päivittää sähköiseen versioon. Tästäkin voimme päätellä, ettei kirjallisten versioiden aika ole vielä ohitse, kun luottamus niitä kohtaan on edelleen suuri.

Tiedon luotettavuutta voidaan arvioida haastateltavien mielestä tutkailemalla pieniä seikkoja enemmän kuin kokonaisuutta. Puolet vastaajista oli sitä mieltä, että etusivulle pitäisi laittaa päivämäärä koska kansio on viimeksi päivitetty. Yhden vastaajan mielestä lisäämällä päivittäjän nimi saataisiin luotettavuutta ja samalla lisättyä päivittäjän vastuuta. Kaikki haastateltavista mielsivät vanhan Vaasa-kansion ulkoasun olevan jo vanhantuntuisen ja siten vähentävän luotettavuutta. Uusi kokoamani infokansio lisäsi luotettavuutta uuden ja raikkaan ulkonäkönsä ansioista. kaksi haastateltavista lisäsi vielä, että mikäli kansiota löytyy esimerkiksi kauppa tai ravintola, jota ei enää ole olemassa, se vie luottamuksen koko kirjallista hotellikansiota kohtaan. Kaikkien haastateltavien mielestä uusi infokansio on luotettavampi kuin vanha Vaasa-kansio. Olen erittäin tyytyväinen lopputulokseen, sillä tämä oli myös tärkeä tavoite. On hienoa, että kokoamaani kansiota pidetään selkeämpänä, mielenkiintoisempana ja luotettavampana.

Haastattelun avulla halusin saada tietoja miten asiakkaat suhtautuvat väärään informaatioon. Asiakas katsoo hotellikansiota esimerkiksi mukavan à la carte -ravintolan osoitteen. Jos asiakas on etsinyt ravintolan omalla autollaan, kävellen tai kuluttanut rahaa taksiajeluun, hän oletettavasti tulee vihaiseksi hotellille. Haastattelun perusteella suuttumuksen aste vaihtelee suuresti eri tilanteista johtuen. Asiakkaan ärtymys ei ole niin suuri, mikäli tieto on hieman virheellistä, esimerkiksi, pankkiautomaatti onkin kadun vastakkaisessa päässä, kuin mihin se oli merkitty. Mikäli kyseessä on lapsiperhe ja kansiossa on väärät Kylpylä Tropiclandian aikataulut ja perhe ei sen vuoksi pääse kylpemään, pettymys on suuri hotellia kohtaan ja myös korvausvaatimuksia saatetaan tehdä. Päivitykset on siis otettava vakavasti ja niistä tulisi yhden henkilön vastata.

Haastateltavilla oli huonoja kokemuksia kansion tiedoista ulkomailta. 3/10 haastateltavasta sanoi kokeneensa ulkomailla väärän hotellikansion tiedon seuraukset eli mainitut aukioloajat eivät olleetkaan olleet ajan tasalla. Nämä tapaukset olivat koskeneet vapaa-ajan matkaa. Mies (39) ei saanutkaan autoa vuokratuksi kun toimisto olikin jo kiinni. Suomessa ei haastateltavista ollut kukaan kokenut vastaavaa. Kaikki vastanneet olivat sitä mieltä, että väärän tiedon seuraamukset olisivat haitallisemmat, mikäli kyseessä olisi työmatka. He mielsivät, että vapaa-ajan matkalla kiire ei ole niin suuri eikä väärällä tiedolla ole välttämättä niin suurta seurausta. Kaikki haastateltavat vastasivat, että on tärkeämpää että tietoa on vähän ja se on oikeaa kuin se, että tietoa on paljon, mutta se ei ole päivitettyä. Tämä oli yksi syy, miksi en halunnut tekemääni kansiota liian runsaaksi sisällöltään. Halusin sen olevan helposti päivitettävissä ja luotettava. Mikäli hotellikansion tieto on epäluotettavaa, se vähentää suosiota myös tulevaisuudessa.

4 JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA

Uusi kansio korvaa vanhan hyvin, koska siitä tieto on nopeammin saatavilla ja se on helpommin päivitettävissä. Päivitykset lisäävät kansion luotettavuutta ja siten pitävät yllä niiden suosiota myös tulevaisuudessa. Mielestäni Hotel Fennon infokansioon tulee lisätä tulevaisuudessa viimeisen päivityksen päivämäärä asiakkaiden luotettavuuden lisäämiseksi. Sähköiset hotellikansiot joko tietokoneruudulla tai televisiossa varmasti tulevat lähitulevaisuudessa jo korvaamaan vanhat painoversiot ainakin isoilla ketjuilla. Haastattelutuloksien perusteella voidaan päätellä, että pienet hotellit tulevat edelleen säilyttämään tulostetut hotellikansiot. Tulokset olivat jopa yllättävän positiiviset tulevaisuutta ajatellen. Kansion tulee olla siistin, mielenkiintoisen, selkeän ja luotettavan näköinen, jotta asiakas jaksaa siihen tutustua.

Hotellikansion sijainti on myös tärkeä ja Hotel Fennon tulisi siirtää kansion paikkaa vastaanottotiskin toiseen päähän lähellä pääsisäänkäyntiä. Aion ehdottaa tätä henkilökunnalle ja toivon, että sen tekemällä vastaanottovirkailijoiden töitä voidaan helpottaa saamalla asiakkaat itse etsimään tietoja hotellin palveluista tai Vaasasta. Seuraavan päivityksen yhteydessä toivoisin hotellikansioon lisättävän ainakin yhden pyöränvuokrausta sekä kuntosalipalveluita tarjoavan yrityksen tiedot. Samaten henkilökunta saa tehtäväkseen harkita, voisiko kansioon lisätä strippiklubin osoitteen ja aukioloajat sekä tietoja kalastuspaikoista.

Tärkeimpänä lisäyksenä toivoisin Hotel Fennon haluavan kansioon vielä joitakin tärkeimpiä juna-, linja-auto- ja laivaliikenteen aikatauluja. Haastateltavat toivoivat niitä ja siihen tulisi lisätä asemien ja sataman aukioloajat sekä puhelinnumerot lisätietoja varten. Tämäkin lisäisi kansion kiinnostavuutta ja luotettavuutta lisäämällä päivityksien määrää. Aikataulut muuttuvat usein, joten samalla olisi hyvä tarkastaa koko kansion päivitykset. Hotellin infokansion tulee olla

luotettava, jotta suosio ei heikkenisi tulevaisuudessa. Mikäli luottamus niitä kohtaan lähtee, niiden aika on historiaa myös pienissä hotelleissa.

Päivitykset tulisi siis tehdä aina, kun uusia aikatauluja tai hintatietoja julkaistaan. Mikäli päivitys koskisi ainoastaan juna-aikataulujen muutoksia, pitäisi samalla käydä koko kansio läpi muutoksien varalta. Samaten päivitys olisi tehtävä joka vuosi ennen kesäsesongin alkua. Syksyllä olisi hyvä päivittää eritoten liikunta- ja vapaa-ajanviettopaikat.

Sähköinen hotellikansio saattaa tulevaisuudessa korvata kirjalliset versiot. Kehitys on väistämätöntä ja sähköinen päivittäminen helpottuu entisestään tulevaisuudessa, esimerkiksi saamalla päivitykset hoitumaan automaattisesti. Tällä tarkoitan tiedon päivittymistä hotellikansioon välittömästi uuden tiedon tullessa lähdesivustolle eli mikäli uimahallin hinnat nousevat, tieto siitä päivittyy automaattisesti myös hotellikansioon tietokoneohjelman avulla. En näe kuitenkaan estettä, miksi paperiversio ja sähköinen versio eivät voisi kulkea käsi kädessä myös tulevaisuudessa. Niiden tarkoitus ei ole kumota vaan täydentää toisiaan.

LÄHTEET

1. Painetut teokset

Hatva, Anja. 1998. Esteettinen ja toimiva verkkojulkaisun ulkoasu. EDITA OY AB. Helsinki.

Hirsjärvi, Sirkka, Hurme, Helena. 2000. TUTKIMUSHAASTATTELU – Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. YLIOPISTOPAINO. Helsinki.

Hollanti, J. & Koski, J. 2007. Visio –Markkinoinnin soveltaminen liiketoiminnassa. OTAVAN KIRJAPAINO OY. Keuruu.

Grönroos, C. 1998. Nyt kilpaillaan palveluilla. WSOY. Porvoo.

Lahtinen, Jukka, Isoviita Antti, Hytönen Kari. 1991. Markkinointi peruskilpailukeinot. AVAINTULOS OY. Tampere.

Leskinen, Jaakko. 1995. Laadullisen tutkimuksen risteysasemalla. YKKÖSPAINO OY. Helsinki.

Metsämuuronen, Jari. 2000. Laadullisen tutkimuksen perusteet. JAABES Oü. Viro.

Puustinen, Arja, Rouhiainen, Ulla-Maija. 2007. Matkailumarkkinoinnin teorioita ja työkaluja. EDITA PRIMA OY. Helsinki.

Siukosaari, A, 1999. Markkinointiviestinnän johtaminen. WSOY. Porvoo.

Uusitalo, Hannu, 1991. Tiede tutkimus ja tutkielma –johdatus tutkielman maailmaan. WSOY. Juva

Vuokko, Pirjo. 2003. Markkinointiviestintä. WSOY. Helsinki.

Wiio, Osmo A. 1989. Viestinnän perusteet. WEILIN GÖÖS. Espoo.

2. *Elektroniset lähteet*

Virtuaaliammattikorkeakoulu (2011). Tutkielmat ja selvitykset [Viitattu 13.08.2011] Saatavilla internetistä: <http://www.amk.fi/opintojaksot/030906/1113558655385/1154602577913/1154670334463/1154756796742.html>

Edu (2010). Lähdekriittisyys. [Viitattu 16.08.2011] Saatavilla internetistä: http://www.edu.fi/materiaaleja_ja_tyotapoja/tvt_opetuksessa/mika_ihmeen_sosiaalinen_media/verkkoviestinnan_taidot/lahdekriittisyys

Hotel Fenno (2011). [Viitattu infokansiossa kesä 2011]. Saatavilla internetistä: www.hotelfenno.fi

Yle (2011). Mediakompassi. [Viitattu 09.09.2011] Saatavilla internetissä: <http://mediakompassi.yle.fi/0-3-luokkalaiset/mediataju/luotettava-tieto>

Email Factory (2011). Sähköpostipalvelimien turvallisuus ja tilastojen tärkeys. [Viitattu 17.08.2011] Saatavilla internetistä: <https://sahkopostisuora.wordpress.com/category/sahkopostimarkkinoinnin-abc/segmentointi/>

Tjäreborg (2009). Kreetan opas. [Viitattu 04.09.2011] Saatavilla internetistä: http://www.tjareborg.fi/mytimages/SiteId15/PDF/Tervetulovihkonen_Kreetaa_09_FL.pdf

Vaasan kaupunki (2011). [Viitattu infokansiossa kesä 20119]. Saatavilla internetistä: www.vaasa.fi



HOTEL FENNO

SISÄLLYS:

HOTELLIN SÄÄNNÖT	s. 3
TIETOJA HOTELLISTA	s. 5
SIJAINTI JA ETÄISYYDET	s. 7
VAASAN PÄHKINÄNKUORESSA	s. 8
KULTTUURI	s. 10
URHEILU JA VAPAA-AIKA	s. 14
OSTOKSET	s. 15
YÖKERHOT	s. 17
PUBIT	s. 17
LOUNASRAVINTOLAT	s. 18
ETNISET RAVINTOLAT	s. 19
À LA CARTE-RAVINTOLAT	s. 19
KESÄRAVINTOLAT	s. 20
PIKARUOKALAT	s. 20
LIKKUMINEN VAASASSA	s. 21
RIEMULOMA	s. 22
YRITYKSET JA RYHMÄT	s. 23

HOTELLIN SÄÄNNÖT

* Varaukset

Asiakkaan tekemä varaus on

hotellia sekä asiakasta sitova

3

Uloskirjautuminen on lähtöpäivänä viimeistään kello 12.00. Avaimet tulee luovuttaa vastaanottoon ja maksu suoritettava, ellei huonetta ole maksettu jo saapuessanne.

* Siivous hotellissa

Jos asiakas on enemmän kuin yhden yön hotellihuoneessa, tehdään huoneessa kevyt siivous päivittäin (roskikset vaihdetaan, pedataan sänky, pyyhitään pölyt, tarpeen tullen pestään lattia / imuroidaan sekä vaihdetaan pyyhkeet). Mikäli asiakkaalla on paljon tavaraa huoneessa, kerroshoitaja siivoaa huoneen tilanteen mukaan. Riemulomapaketeissa sekä muissa perhelomapaketeissa huoneissa vaihdetaan roskat päivittäin ja tarpeen tullen suoritetaan muuta siivousta.

* Asuminen hotellissa

Asiakas on velvollinen noudattamaan hyviä tapoja vieraillessaan hotellissa. Hänen on huomioitava muut asukkaat ja noudatettava hotellin sääntöjä.

Asiakas on korvausvelvollinen hotellille, mikäli hän rikkoo hotellin omaisuutta tai muulla tavalla turmelee sitä. Mikäli asiakas polttaa savuttomassa huoneessa, perimme siitä 60 euron suuruisen korvausmaksun.

* Lemmikkieläimet

Asiakkaan on huonetta varatessa ilmoitettava mahdollisista lemmikkieläimistä. Hotellipuolella meillä ei valitettavasti ole tarjota lemmikkieläinhuoneita, hostelihuoneissa tämä on mahdollista. Eläimestä menee siivousmaksu 15 euroa.

Eläinten ulosteet on kerättävä pois ja laitettava roskikseen. Tarvittaessa vastaanotosta voi pyytää roskapusseja.

Eläimen on oltava hiljaa huoneessa, toisia asukkaita häiritsemättä.

Kesällä on jätettävä huoneen ikkuna auki ja vesikuppi lattialle, koska huoneissa on kuuma!

Eläintä ei saa jättää liian pitkäksi aikaa yksin huoneeseen.

Huoneita, joissa on eläin ei siivota majoituksen välipäivinä, jos asiakas on useamman kuin yhden yön.

Lemmikkieläintä ei saa tuoda vastaanottoon eikä muihin hotellin yleisiin tiloihin.

Tervetuloa aurinkoiseen Vaasaan **ja Hotel Fennoon!**

Aukioloajat:

Talvisin ma-pe klo 07.00-23.00. Muuna aikana päivystys (poikkeuksellisista aikatauluista tiedotetaan asiakkaille.

Kesäisin hotelli on auki joka päivä kellon ympäri.

Huoneiden varustelutiedot:

- digitv
- puhelin
- kylpyhuone
- sänky
- tuoli
- kirjoituspöytä
- lisämaksusta lisävuode/pinnasänky
- huoneistot ovat savuttomia eikä niihin saa tuoda

Internetin käyttö: Huoneissa ei ole internet yhteyttä, mutta hotellin aulassa ja ravintolassa on langaton verkkoyhteys. Aulasta löytyy myös asiakaskone, mitä voi käyttää maksutta.

Löytötavaroita voi kysellä hotellin henkilökunnalta.

Leikkihuone lapsille löytyy hotellin aamiaistilan takaa.

Saunat (naisten ja miesten) ovat hotelliasiakkaiden käytössä klo 17.00-22.00. Saunarakennuksesta löytyy tilava takkahuone, mitä on mahdollista vuokrata yksityiskäyttöön.

Kokoustilassa on mahdollista järjestää kokouksia jopa 60 hengelle.

Kokoushuoneen varustus; piirtoheitin, fläppitaulu (+tussit), mikrofoni, valkokangas, puhujanpöytä sekä televisio.

Biljardia voi pelata kokoushuoneessa pientä maksua vastaan. Aulasta löytyy myös kaksi pelikonetta.

Ravintolastamme löydät ruokaa isompaan ja pienempään nälkään. Ravintolan yhteydessä on *baari*, jossa b-oikeudet. Vastaanotossa myydään myös joitakin tarpeellisia hygieniatuotteita sekä mm. makeisia.

Hotel Fennon tiloissa sijaitsee myös retkeilymaja Hostel Vaasa. Sinne on mahdollista majoittua lemmikin kanssa 15 euron lisämaksusta. Vastaanotto toimii samassa tilassa hotellin kanssa.



Sijainti

Hotel Fenno sijaitsee luonnon keskellä Vaskiluodon saarella. Vastapäätä hotellia löytyy minigolf-rata sekä valaistu pururata, missä voi lenkkeillä kesäisin ja hiihtää talvisin.

Hotellin pihalta löytyy ilmainen parkkipaikka ja myös lämmitystolpat talven kylmyyttä vastaan.

Etäisyydet:

Tori 2,5 km

Linja-auto asema 3,3 km

Juna-asema 3,2 km

Lentokenttä 12,5 km

Botniahalli 6,3 km

Lähin yleinen ranta 1,4 km (Hietasaari)

Tropiclandia 1,4 km

Wasalandia 1,2 km

Muita etäisyyksiä:

Lähin ***pankkiautomaatti*** löytyy keskustasta.

Apteekit:

Vanha Apteekki, Alatori, Vaasa.

Kirkko Apteekki, Hovioikeudenpuistikko 9, Vaasa.

Kuninkaan Apteekki, Kuninkaantie 72, Vaasa.

Vetokannaksen Apteekki, Gerbyntie 14, Vaasa.

Pohjanmaan poliisilaitos: Korsholmanpuistikko 45,
Vaasa.

Vaasan kaupungin matkailutoimisto löytyy osoitteesta
Raastuvankatu 30 (2,4km).

Matkailutoimisto palvelee ma-pe klo 09.00 – 16.00

Vaasa pähkinänkuoressa:

- 1606** Kaarle IX perusti Vaasan kaupungin
Pohjanmaan vanhimmalle satama ja
kauppapaikalle.
- 1852** Vaasa paloi ja kaupunki siirrettiin noin 7 km:n
päähän nykyiselle paikalle Klemetsön niemelle
vuonna 1862. Vanhan Vaasan rauniot
löytyvätkin Vanhan Vaasan kaupunginosasta.
- 1918** Vaasan toimi Suomen pääkaupunkina 29.1.-
3.5.1918 kansalaissodan aikana.

Vaasa on Suomen aurinkoisin kaupunki; 1900
aurinkotuntia vuodessa!



Kaupungista löytyy seitsemän uimarantaa 3km:n säteellä torilta! Rantaviivan pituus onkin 409 km.

Vaasa on opiskelijakaupunki; joka kolmas vastaantulija onkin koululainen tai opiskelija!

Merenkurkun saaristo on Suomen ensimmäinen maailmanperintökohde!

Asukasluku (31.12.2009): 59.185

Pinta-ala 397 km²

Vaasassa on suomenkielisiä 71%, ruotsinkielisiä 25% ja muita kieliä äidinkielenään puhuvia 4%.

Merellinen Vaasa:

Vaasan Saaristoristeilyt järjestää risteilyjä Vaasan sisäsaaristossa päivittäin 25.6-14.8.2011 välisenä aikana. Lähdöt klo 12.00 ja 15.30 (kesto n.3h). Hinnat: aikuiset 15 EUR, eläkeläiset 13 EUR, lapset alle 12 v. 7 EUR. Risteilyllä noin tunnin pysähdys, minkä aikana mahdollisuus ruokailla Jannen Saluunassa.

Kesästä 2011 saakka on alettu järjestämään risteilyjä eri kohteisiin maailmanperintökohteisiin. Vaasan kaupungin matkailutoimistosta saa lisätietoa myös muista risteilyntarjoajista.

Kulttuuri:

ELOKUVAT: *Elokuvateatteri Gloria*, Pitkäkatu 36,
Vaasa.

TEATTERIT:

Vaasan kaupunginteatteri, Pitkäkatu 53, Vaasa.

Vaasan Ylioppilasteatteri Ramppi, Hietasaarenkatu
14, Vaasa.

Wasa Teater (ruotsinkieliset näytökset),
Hietasaarenkatu 7, Vaasa.

MUSEOT:

Bragen ulkoilmamuseo, Hietasaari, Vaasa.

KUNTSI modernin taiteen museo, Rantakatu 7, Vaasa.

Pohjanmaan museo, Museokatu 3, Vaasa.

Tikanojan taidekoti, Hovioikeudenpuistikko 4, Vaasa.

Terranova –Merenkurkun luontokeskus, Museokatu 3,
Vaasa.

Stundarsin museo ja kulttuurikeskus, Stundarsintie
5, Sulva.

Söderfjärdenin meteoriihi, Marenintie 226, Sulva.

Vaasan auto- ja moottorimuseo, Myllykatu 18, Vaasa.

Vaasan sotaveteraanimuseo, Kirkkopuistikko 22A,
Vaasa.

Vaasan merimuseo, Salmikatu, Vaasa.

Vaasan työväenmuseo, Vapaudentie 27, Palosaari
(Vaasa).

Vanhan Vaasan museo, Kauppiaankatu 10, Vanha
Vaasa.

Björköns museotalue, Uppbyggted 71, Björköby.

Granösundin kalastusmuseo, Bulleråsvägen 320,
Södra Vallgrund.

Nelin-Cronströmin taidekoti, Rantakatu 15 B, 65100
Vaasa.

Raippaluodon kotiseutumuseo, Alexandersgatan 46,
Raippaluoto.

Sundomin kotiseutumuseo, Myrgrundintie 473,
Sundom.

Suomen kirjastomuseo, Kirjastonkatu 13, Vaasa.

KIRKOT:

Vaasan Kirkko, Kirkkopuistikko 24, Vaasa.

- C.A Setterbergin suunnittelema 1862 käyttöön otettu
uusgoottilainen kirkko
- Albert Edelfeltin taidetta

Palosaaren kirkko, Kapteeninkatu 14-16, Palosaari
(Vaasa).

- A.W Stenforsin suunnittelema kirkko vuodelta 1910

Huutoniemen kirkko, Kuninkaantie 1, Vaasa.

- valmistunut vuonna 1964, penkit romanialaista
tammea
- alttaripöytä sekä kastemalja sisilialaista marmoria

Vetokannaksen kirkko, Gerbyntie 27, Vetokannas
(Vaasa).

- Gösta Bergmanin suunnittelema kirkko vuodelta 1961

Vaasan ortodoksinen kirkko, Nikolainkuja, Vaasa.

- bysanttilaista gotiikkaa, rakennettu vuonna 1862

Mustasaaren kirkko, Adelcrantzinkuja, Vanha Vaasa.

- toimi vuoteen 1863 saakka hovioikeutena
- suosittu ja kaunis kirkko miljöineen

Vaasan lähikunnista löytyy myös upeita vanhoja kirkkoja kuten *Björkön kirkko*, *Raippaluodon kirkko*, *Sulvan kirkko*, *Sundomin kirkko* sekä *Koivulahden kirkko*.

Vaasasta löytyy myös lukuisia *muistomerkkejä ja patsaita*.

KESÄLLÄ PARAS TAPA TUTUSTUA VAASAAN ON
MOBITOURIN AVULLA ELI
MATKAPUHELIMEEN LADATTAVAN
OPASOHJELMAN AVULLA. VOIT KIERTÄÄ
NÄHTÄVYYDET JUURI OMAAN TAHTIISI,
KÄVELLEN, PYÖRÄILLEN TAI AUTOILLEN.
VALITTAVANASI ON KAKSI
REITTI-VAIHTOEHTOA. LISÄTIETOA VAASAN
KAUPUNGIN MATKAILUTOIMISTOSTA TAI
VAASAN KAUPUNGIN INTERNET-SIVUSTOLTA.



Vaasan matkailutoimistosta saa myös tietoa
opaspalveluista sekä kiertoajeluista.

URHEILU JA VAPAA-AIKA:

Vaasassa järjestetään vuosittain erilaisia urheilutapahtumia Vaasan Marssista Wasa footballcup-turnauksiin. Vaasassa on myös hyvät mahdollisuudet harrastaa liikuntaa lomailun ohessa. Seinäkiipeilyä on mahdollista harrastaa aina 19 m:n korkeuteen saakka Vaasan Vesitornissa. Puttaustaitoja voi terästää joko 18 reikäisellä golf-

kentällä tai keskustan minigolf-radoilla. Uinnista kiinnostunut voi valita kymmenen uimarannan lisäksi kylpylä Tropiclandian sekä Vaasan uimahallin. Talvisin tarjoaa palveluitaan myös avantouintiseura Pingviinit. Kevättalvella suosituinta on jäällä lenkkeily ja hiihto.

Vaasassa on runsas tarjonta myös halliurheilua; jäähalli, Botniahalli (palloilu sekä yleisurheilu), tennis center (sulkapallo, tennis, squash) sekä lukuisat eri kuntosalit. Kaupungista löytyy myös hienoja kävelyreittejä sekä kuntopolkuja. Lähin niistä löytyy Hotel Fennon vierestä.

Vaasasta löytyy myös kaksi keilahallia sekä ammunta ja ratsastusmahdollisuudet.



OSTOKSET:

OSTOSKESKUKSET:

Galleria Wasa: merkkivaatteita, sisustusta, koruja.

Vaasanpuistikko 17, Vaasa.

HS CENTER: tavaratalo, elokuvateatteri, erikoisliikkeitä.

Alatori, Vaasa.

Rewell Center: 60 erikoisliikettä.

Ylätori, Vaasa.

Vaasan Kauppahalli: paikallisia erikoisuuksia jne.

Vaasanpuistikko 18, Vaasa.

GW Galleria: muotia, sisustusta ja urheilua.

Kivihaka, Vaasa.

TEHTAANMYYMÄLÄT:

Iittala Outlet: mm. Arabia, Hackman, Iittala.

GW Galleria Kivihaka, Vaasa.

Tiklas myymälä: naisten ja miesten 1 ja 2 laadun vaatteita.

Minimani, Vaasa.

Vaasan Vasartamo: takomotuotteita.

Varastokatu 6, Vaasa.

KIRPPUTORIT:

Adam & Eva, Varastokatu 4, Vaasa.

Mylly-Kirppis, Varastokatu 5, Vaasa.

Oma-Tori, Liisalehdontie 2, Vaasa.

Pelastusarmeijan kirppis, Klemetinkatu 14, Vaasa.

SPR Kirppis, Meijerikatu 9, Vaasa.

Wanha-Makasiini & Army Shop, Varastokatu 1, Vaasa.

ANTIKKILIIKKEET:

Antikvariaatti Lafkan, Kirkkopuistikko 22, Vaasa.

ARS WASA, Hovioikeudenpuistikko 3, Vaasa.

Pohjanmaan Antikvariaatti, Kauppapuistikko 18,
Vaasa.

Antiikkiliike K.H Niemi, Kauppapuistikko 37, Vaasa.

Prenikka Ky, Kauppapuistikko 29, Vaasa.

Osto- ja myyntiliike Sven C. Hautaoja, Opistokatu,
Vaasa.

KÄSITÖITÄ JA LAHJOJA:

LOFTET: pohjalaisen käsityön näyteikkuna.

Raastuvankatu 28, Vaasa.

***Vaasan Vankilamyymälä: hienoja metalli- ja
puutuotteita.***

Rantakatu, Vaasa.

Kädentaitajien puoti: lahjaideoita ja käsitöitä.

Vaasanpuistikko 14, Vaasa.

PulmaPuoti: vanhanajan pelit, palat ja älypelit.

Palosaarentie 19, Vaasa.

Sisustus Inn: houkutteleva sisustuskauppa.

Vaasanpuistikko 15, Vaasa.

Säde: viehättävä sisustusliike.

Palosaarentie 25, Vaasa.

YÖKERHOT:



NIGHT CLUB FONTANA

Hovioikeudenpuistikko 15

-nuorison suosikki

65100

Vaasa



NIGHTCLUB SKY

Ylätori 6

- hienot näköalat Vaasan torille
65100 Vaasa



NIGHTCLUB WAILD

Kauppapuistikko 15

- aikuisille, monipuolinen
Vaasa

65100



ROYAL BAR & NIGHT

Hovioikeudenp 18

- Radisson SAS hotellin yhteydessä
Vaasa

65100

PUBIT:

Happy Barrel: englantilaistyylinen pubi, josta saa myös pientä purtavaa. Kauppapuistikko 15, Vaasa.

O'MALLEYS: irlantilainen pubi.

Hovioikeudenpuistikko 21, Vaasa.

Public Corner: rento kaupunkipubi.

Vaasanpuistikko 18, Vaasa.

Olivers Inn: ruotsinkielisen väestön suosikki.

Kauppapuistikko 8, Vaasa.

Cristal Lounge: suosittu terassi.

Hovioikeudenpuistikko 15, Vaasa.

Doo-Bop Club: elävän musiikin jazzklubi.

Kauppapuistikko 12, Vaasa.

El Gringo Music Saloon: rento rock-henkinen pubi.

Hovioikeudenpuistikko 15, Vaasa.

Ravintola Wanha Mestari: laajat aukioloajat.

Kauppapuistikko 40, Vaasa.

Office –the Sportsbar: urheilut screeniltä.

Raastuvankatu 15, Vaasa.

Pub Potero: peruspubi.

Ylätori 4, Vaasa.

Irish Trend Bar: karaokea, ystävien tapaamista jne.

Kauppapuistikko 15, Vaasa.

LOUNASRAVINTOLAT:

KAKSI KUPOLIA: erinomaista kotiruokaa seisovasta pöydästä.

Kauppapuistikko 12, Vaasa.

PANORAMA: maistuvaa kotiruokaa seisovasta pöydästä.

Vaasanpuistikko 16, Vaasa.

ABC Vaasa: seisovapöytä.

Latokartanontie 241, Vaasa.

Amica Ravintola Minttu: hyvää perusruokaa.

Hovioikeudenpuistikko 23, Vaasa.

Best Western Hotel Vallonia Garden: hyvä lounasvaihtoehto keskustan ulkopuolella.

Keskustie 3, Mustasaari.

Bistro A W Stenfors: kevyttä lounasta kauppahallissa.

Vaasanpuistikko 18, Vaasa.

Cafe Farini: lounasta ja pitopalvelua.

Raastuvankatu 19, Vaasa.

Cafe Uimala: kotiruokaa seisovastapöydästä.

Hietalahdenkatu 8, Vaasa.

Don Abbe Deli: salaatteja, tapaksia jne.

Pitkäkatu 34, Vaasa.

Ravintola Cotton Club: runsaasti lounasvaihtoehtoja.

Yliopistonranta 10, Vaasa.

Ravintola Silveria: suosittu lounaspaikka.

Ruutikellarintie 4, Vaasa.

ETNISET RAVINTOLAT:

Ravintola Chili&Lime: vietnamilaista ruokaa.

Kauppapuistikko 16, Vaasa.

Ravintola Shanghai: kiinalainen ravintola.

Vaasanpuistikko 17, Vaasa.

Spices Asian Restaurant: tyylikäs ravintola.

Vaasanpuistikko 22B, Vaasa.

Thai House Ravintola: thaimaalaista ruokaa.

Vaasanpuistikko 17, Vaasa.

Ravintola Xiao Bei: kiinalainen ravintola.

Palosaarentie 13-17, Vaasa.

Asian Corner Restaurant: vaihtuva lounas.

Palosaarentie 16, Vaasa.

Tian Long Restaurant: avoinna joka päivä.

Vaasanpuistikko 20, Vaasa.

À LA CARTE:

Bistro Ernst Café: Wasa Teaterin yhteydessä –
pöytävaraukset.

Hietasaarenkatu 7, Vaasa.

Il Banco: italiainen ravintola kaupungin sydämessä.

Hovioikeudenpuistikko 11, Vaasa.

Pancho Villa: meksikolainen ravintola.

Vaasanpuistikko 22, Vaasa.

Amarillo: suosittu texmex.

Ylätori, Vaasa.

Ravintola Bacchus: kaupungin parhaimpia gourmet
ravintoloita.

Rantakatu 4, Vaasa.

Ravintola Berny's: Raippaluodon sillan kupeessa.

Raippaluodontie 62, Raippaluoto.

Ravintola Central: Vaasan vanhin ja tunnetuin.

Hovioikeudenpuistikko 21, Vaasa.

Ravintola Fondis: monipuolinen ravintola.

Hovioikeudenpuistikko 15, Vaasa.

Ravintola Fransmanni: ruokaa Provencesta.

Hovioikeudenpuistikko 18, Vaasa.

Ravintola Gustav Wasa: maineikas kellarikrouvi.

Raastuvankatu 24, Vaasa.

Ravintola Kantarellis: satumainen ympäristö.

Rosteninkatu, Vaasa.

Rosso: runsas ruokalista.

Vaasanpuistikko 18, Vaasa.

KESÄRAVINTOLAT:

Ravintola Faros: laivaravintola.

Moottorikatu, Vaasa.

Ravintola Strampen: hyvää ruokaa ja musiikkia.
Rantakatu 7, Vaasa.

Jannen Saluuna: puolen tunnin venematka.
Kuusisaari, Vaasa.

Cafe Arken: suosittu kala- ja saaristolaisravintola.
Replot hamn, Raippaluoto.

PIKARUOKALAT:

Hesburger

Hovioikeudenpuistikko 17, Vaasa

Malmönkatu 1, Vaasa

ABC Vaasa

McDonalds

Hovioikeudenpuistikko 15, Vaasa

Toukolantie 1, Vaasa (Prisma)

SUBWAY

Alatori 5, Vaasa

Vaasanpuistikko 22, Vaasa

Pikaruokaa on myös tarjolla Nesteen huoltoasemilla sekä Shell Simpukassa.

Vaasasta löytyy myös edullisia pizzerioita lähes joka kulmalta.

LIIAKKUMINEN VAASASSA:

AUTONVUOKRAUS:

Vaasan Lentokentältä löydät *Budgetin*, *Avikset*, *Europcarin* sekä *Sixin* autovuokraamot. Lisäksi Meijerikadulta (6) löytyy *Scandia Rent* ja *Hertzin* autonvuokrauspiste sijaitsee Kivihaantiellä (4).

TAKSI:

Taksin numero lankaverkosta: 100 411

Taksin numero matkapuhelimesta: (0600) 30011

Taksitolpat Vaasan keskustassa sijaitsevat osoitteissa:

Hovioikeudenpuistikko 10

Hovioikeudenpuistikko 23

PAIKALLISLIIKENNE:

Paikallisliikenneaikataulut sekä informaatiota saa

Vaasan Paikallisliikenteen toimistosta osoitteesta

Hovioikeudenpuistikko 11 tai *Studio Ticketistä* Rewell Centeristä.

RIEMULOMA:

Riemulomaan kuuluu yöpyminen 2hh + 1 lisävuode (2 aikuista + 2 lasta). Lisävuoteen tai pinnasängyn saa lisämaksusta.

1 vrk ja 2 vrk riemulomapaketteihin sisältyy pääsyliput Kylpylä Tropiclandiaan ja huvipuisto Wasalandiaan.

Wasalandia:

Aukioloajat kesäkuussa (11-23.6 klo 11-17, 24-26.6 klo 11-16, 27-30.6 klo 11-17)

Aukioloajat heinäkuussa (1-31.7 klo 11-19)

Aukioloajat elokuussa (1-7.8 klo 11-19, 8-14.8 klo 11-17)

Tropiclandia:

Aukioloajat: su-to klo 10-20, pe-la klo 10-21



YRITYKSET JA RYHMÄT:

Hotellimme tarjoaa yrityksille ja ryhmille hyviä tarjoushintoja. Hotel Fennossa on mahdollista asua edullisesti myös pidemmän aikaa.

HAASTATTELU KYSYMYKSET

Olen jakanut kysymykset kolmeen osaan; ensimmäisenä taustatiedot, toisena hotellinkansion käyttötarkoitus ja kolmantena tiedon

luotettavuus. Kysymykset jakamalla osioihin saadaan mahdollisimman looginen haastattelujen eteneminen ja siten vastauksia on helpompi käsitellä.

1. TAUSTATIEDOT

A) Sukupuoli	<i>nainen</i>	<i>mies</i>	
B) Ikä	<i>18-29</i>	<i>30-45</i>	<i>46+</i>
C) Harrastukset ja vapaa-aika	<i>ei ole</i>	<i>urheilu</i>	<i>kulttuuri</i> <i>kädentaidot</i> <i>ostokset</i>
D) Matkan tarkoitus?	<i>työ</i>	<i>vapaa-aika</i>	

2. KÄYTTÖTARKOITUS

- A) Ensivaikutelma. Mitä sinulle tulee mieleen näistä kahdesta kansioista?
- B) Minkälainen informaatio sinua kiinnostaa?
- C) Kumpi kansio palvelee tarpeitasi paremmin?
- D) Ovatko painotyöt (kansiot) mielestäsi historiaa?
- E) Oletko koskaan etsinyt tietoa hotellikansioista?
- F) Mitä muutoksia tekisit kansion värivalintoihin?
- G) Onko hotellikansio mielestäsi selkeä?
- H) Kummasta kansioista tieto löytyy helpommin?
- I) Mitä muuta tietoa kaipaisit?
- J) Minkälaisia kehitysehdotuksia sinulla on Hotel Fennon infokansiota varten?
- K) Missä kansion tulisi sijaita?
 - sisäänkäynnin luona
 - vastaanoton tiskillä
 - muualla

3. TIEDON LUOTETTAVUUS

- A) Luotatko tällaisen hotellikansion tiedon olevan ajan tasalla?
- B) Miten mielestäsi voi arvioida tiedon luotettavuutta?
- C) Kumpi kansioista on luotettavampi?

- D) Luottaisitko enemmän kosketusnäytölliseen infopäätteeseen?
- E) Miten reagoit mikäli kansioista löytyisi väärää tietoa?
- F) Onko sinulle koskaan sattunut vastaavaa?
- G) Onko väärä informaatio haitallisempaa matkan tarkoituksen ollessa työ vai vapaa-aika?
- H) Kumpi on parempi?
- tietoa löytyy paljon, mutta väärää
 - tietoa on vähän, mutta oikeaa